

Positionierung

Mecklenburgische Seenplatte im Kontext der Urlaubsmarke MV



Markenkern. *Freiraum.*

Freiraum ist der zentrale Markenkern des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern. Ein Sehnsuchtsversprechen an unsere Gäste und Einwohner, das zwei Dimensionen umfasst: Freiraum in der Landschaft und für die Seele – wenn man sich hier erholt, bewegt und wertvolle Erfahrungen sammelt.



3 Werte, die uns als Gastgeber prägen...



Wir sind einladend.

Als empathische Gastgeber*innen schaffen wir Freiräume zu Wohlfühlen.



Wir sind entspannt.

Unsere entspannte und unkomplizierte Art ermöglicht Freiraum für individuelle Entfaltung.



Wir sind achtsam.

Wir achten Mensch und Natur.

3 Kernzielgruppen für MV



Lieblingsgast / Postmaterielle
„The best things in life
aren't things“



Wichtiger Gast / Adaptiv-Pragmatische
„Gut geplante Schritte
statt große Sprünge“



Zukunftsgast / Expeditive
„Grenzen sind da, um
überschritten zu werden“

Vertiefende Infos: [Zielgruppen - Markenhandbuch - TMV Marke \(tourismus.mv\)](#)

Positionierung - Identität

Mecklenburgische Seenplatte

Das sind wir

größtes Seengebiet Mitteleuropas, Marinas, klares Wasser, vernetzte Seen- und Flusslandschaften, saubere Luft, Wasser von Land umgeben, größter Binnensee Deutschlands, höchste Dichte nationaler Naturlandschaften und UNESCO Weltnaturerben, das Land der 1000 Seen und 1000jährigen Eichen

Das versprechen wir

Urlaub bis zum Horizont, hohe Wassersport-Kompetenz, Wasserwandern, unerwartete Orte, überraschendes Kulturgut, laute Stille und beglückende Einsamkeit

Das kaufen die Gäste bei uns

- Kraft und Größe der Natur spüren und auf sich wirken lassen
- Logenplatz am und auf dem Wasser (größtes, vernetztes Wassersportrevier Europas, 200 Naturbadestellen, Marina-Kompetenz)
- Nationalpark mit Weltnaturerbe und Naturparke
- pure water & nature adventure
- Sternstunden und Lagerfeuerromantik
- Campingglück & Schlösser und Herrenhäuser (als Homebase in der Natur)

Positionierung

Mecklenburgische Seenplatte Eintauchen in groß(artig)e Natur

- grenzenlose Wasserwege
- größte Dichte an nationalen Naturlandschaften
- Müritz-Nationalpark

3 Prinzipien zur Freiraumgarantie



Freiraum schaffen.

Wir machen den Freiraum zugänglich und lassen neuen Freiraum entstehen.



Freiraum teilen.

Wir teilen den Freiraum und achten dabei auf ein ausgewogenes Miteinander.



Freiraum bewahren.

Wir wissen, dass Freiraum nur begrenzt verfügbar und daher kostbar ist. Deshalb gehen wir besonders sorgsam damit um.

Die Marke in der Praxis

- <https://urlaubsmarke.tourismus.mv/document/10#/marke/markenbausteine>

Stand Januar
2025

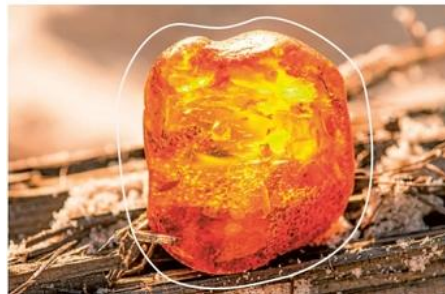
Claim, Sprache, Headlines

- schnörkellos klar und dabei gleichzeitig emotional
- Bilder im Kopf erzeugen. Die Sprache ist positiv, beschreibt Sinneswahrnehmungen. Sie weckt Emotionen, macht neugierig, ist einladend, inspiriert.
- Analog zur Bildsprache beschreiben wir in unseren Texten das individuelle Urlaubserlebnis sowie das dazu passende Gefühl.
- persönliche Erzählperspektive, Ich, Wir, Mein, Unser
- die Überschriften laden dazu ein, sich in die Situation hineinzusetzen.
- In den flankierenden Zeilen wird über oder unter der emotionalen Hauptzeile ein Bezug zur Destination hergestellt.



Natürlich geformt

- Unser Urlaubsland ist geprägt von den Kräften der Natur. Wenn die Wellen an den Strand rollen und ein Muster in den Sand zeichnen, Seeufer sich in Kurven wölben oder ein rundgeschliffener Bernstein in warmen Tönen leuchtet,
- sind dies Zeugen einer eigenen Formsprache. In unserem Corporate Design greifen wir diese auf und nutzen organische Formen.









Markenfarben

Von der Natur inspiriert

- Unsere Farben sind von der Natur inspiriert und überschneiden sich mit den Farben des Landesmarketings, wodurch ein nahtloses gemeinsames Auftreten ermöglicht wird.
- leuchtenden Orange- und Gelbtöne, sattes Grün und Blau

Primäre Markenfarben

| | | | |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
| MV-Urlaubslandorange HEX #F18700 RGB 241, 135, 0 CMYK 0, 55, 100, 0 PMS-C 716 C | MV-Goldrutengelb HEX #EFA800 RGB 239, 168, 0 CMYK 5, 38, 100, 0 PMS-C 130 C | MV-Sonnengelb HEX #F2B700 RGB 242, 183, 0 CMYK 5, 30, 100, 0 PMS-C 124 C | MV-Moosgrün HEX #144F26 RGB 20, 79, 38 CMYK 87, 41, 100, 44 PMS-C 357 C |
|  |  |  | |
| MV-Salbeigrün HEX #9EC48C RGB 158, 196, 140 CMYK 41, 7, 57, 0 PMS-C 359 C | MV-Nachtblau HEX #083652 RGB 8, 54, 82 CMYK 100, 77, 44, 38 PMS-C 655 C | MV-Wasserblau HEX #005E90 RGB 0, 94, 144 CMYK 100, 55, 15, 0 PMS-C 7462 C | |

Bildsprache

Den Augenblick festhalten

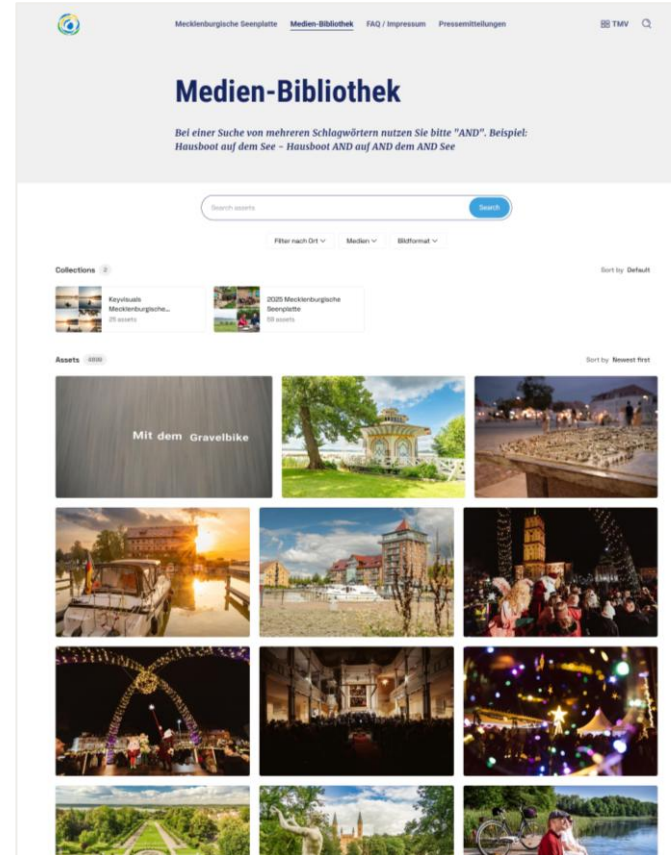
- In den Bildern fangen wir die besonderen Momente ein, in denen der Freiraum in MV spürbar und sichtbar wird
- Die Bildsprache ist authentisch, beobachtend, natürlich und ungekünstelt
- Eine durchgängige Bildsprache trägt erheblich zur Wahrnehmung der Marke bei. Dazu gelten Aspekte, wie Perspektive, Stilistik und Farbklima.
- Emotionale Botschaften und Geschichten: Diese erreichen wir am besten mit Menschen und deren natürliche Ausstrahlung. Der Bildstil kann eine große Bandbreite an positiven Gefühlen abbilden – das kann von überschwänglicher Freude bis hin zum stillen nachdenklichen Genuss gehen.
- Zur Weitergabe an Agenturen und Fotografen



Markenplattform

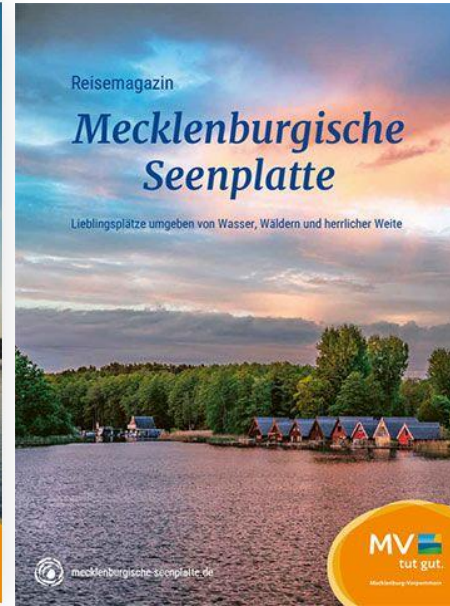
<https://urlaubsmarke.tourismus.mv/seenplatte>

- **Mediendatenbank** mit aktuellen, hochwertigen Bildern und Videos (kostenloser Download)
- Die **Fotos** können **für die eigene Website, Flyer und Social Media** genutzt werden.
- Die **Quelle** muss immer korrekt angegeben werden. Diese wird beim Herunterladen angezeigt und steht ansonsten auch in den Bilddetails.
- **Gestaltungsvorlagen** und „Layouttool“ für Flyer, Plakate, Anzeigen etc.
- Auf der Seite direkt zum Gestalten, einfach zu bedienen, kein Grafikprogramm notwendig:
<https://urlaubsmarke.tourismus.mv/document/3#/print/anzeigen>
- https://www.youtube.com/watch?v=j6_6hbsEnRQ



Regionesebene – CI und Layout

Emotionale Bildsprache (Wiedererkennung + Differenzierung)



Ortsebene – Layout Aushang (Grafik / Flyer)



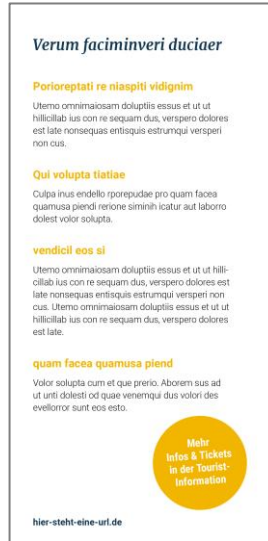
Einbindung Ortslogo

Einbindung Regionenlogo

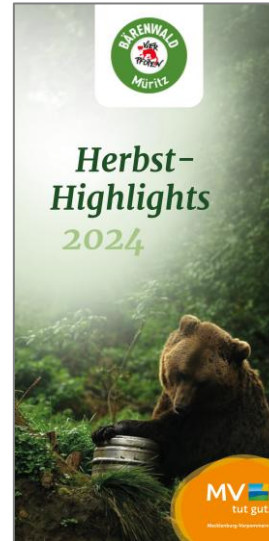
Leistungsträgerebene – Layout Aushang/Flyer



Aushang (Grafik)



Flyer



Aushang (Bild)

IconBibliothek

- Frei verwendbar
- Einfacher Download in verschiedenen Formaten
- <https://urlaubsmarke.tourismus.mv/d/cP7Nc7vVYDaJ/icons>



Seeadler



Boot paddeln



Müritz



Zelt

Gestaltungsleitfaden



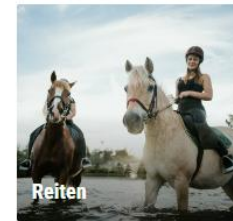
Digitaler Reiseführer

Informationen im digitalen Reiseführer:

- Ortseigene Informationen inkl. Umkreis (plus Kartenansicht)
- Regionale Informationen
 - POIs
 - Touren
 - Vorteilsangebote
 - Buchbare Inhalte
 - Veranstaltungen
 - Führungen
 - Eintritte
 - Leihangebote
 - Kurse
 - Weiterführende Informationen (Wetter, Mobilität, Service)
 - Gemerkte Inhalte

Aktiv in Malchow und Umgebung

Radeln, Wandern, Golfen, Reiten



Digitaler Reiseführer

Karte anzeigen

Ergebnisse: 1-12 von 26



Historisches Gebäude - Dammwolde

Kirche Dammwolde

Sie ist die kleinste aber schönste: Die Kirche im abgelegenen Dammwolde.



Museum - Malchow

Mecklenburgisches Orgelmuseum

Das größte Orgelmuseum Norddeutschlands lädt Sie zum Begutachten und Anhören der schönsten Orgeln ein.



Denkmal - Zislow

Fachwerkkirche Zislow

Zislower Dorfkirche



Denkmal - Malchow

Rathaus Malchow

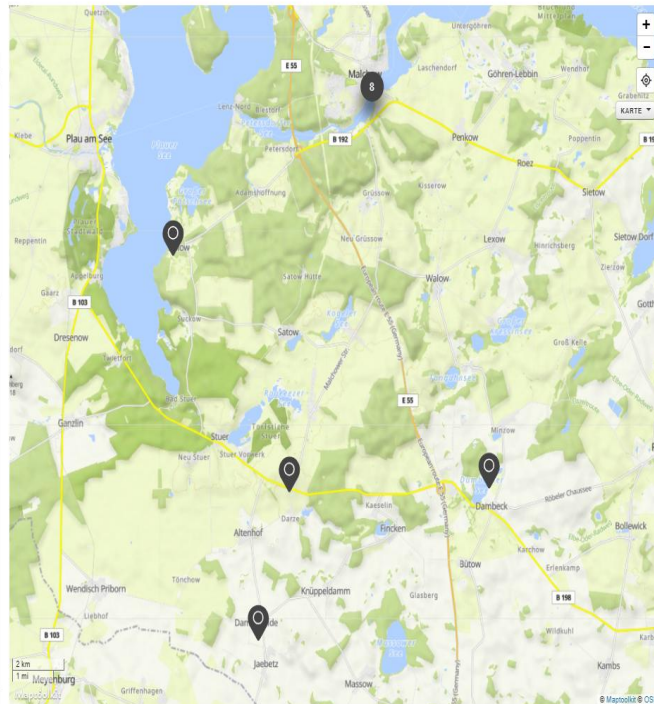
Das Rathaus mit Aufzug und das ehemalige Amtsgerichtsgebäude, verbunden mit einem Gang aus Glas und Stahl, sind heute der gemeinsame repräsentative Verwaltungssitz des Amtes Malchow.



Parkanlage - Malchow

Stadtkirche Inselstadt Malchow

Über das "Inselstättchen" zur "Inselkirche"



Kategorien

Besonderheiten

Barrierefrei

PKW Parkplatz

Familienfreundlich

Seniorenfreundlich

Schlechtwetter geeignet

WLAN

Busparkplatz

Zurücksetzen

Anwenden

Ergebnisse: 1-12 von 26



HALLENBAD • Göhren • LEBDIN

AQUAFUN Fleesensee

Geöffnet bis 21:00



FREIBAD • ZISLOW

Badestelle Zislow

Digitaler Reiseführer

Unsere Veranstaltungen



FREITAG

31.01. + weitere

FÜHRUNG

**Abendliche
Stadtführung**

Waren (Müritz)

1 Stunde



FREITAG

31.01.

KONZERT

**Jaspar Libuda + Daniel
Moheit "Alarm auf der..."**

Waren (Müritz)

ab 19:30 Uhr



SAMSTAG

01.02.

KONZERT

**Christopher Köhler "Der
Magier"**

Waren (Müritz)

2 Stunden 30 Minuten

Alle E



Vollbild

Klassik Konzert

marken teilen

Benefizkonzert mit der Bigband des BPO Berlin

Termine

Jetzt buchen

14.3.

Freitag

ab 19:30

Bürgersaal Waren

Zum Amtsbrink 9, 17192 Waren (Müritz)

Ansprechpartner / Kontakt

Christin Drühl
Marketing & PR

✉ c.druehl@1000seen.de
☎ 039931 53816



Manja Bernhardi
Kooperationen und Gästekarte

✉ m.bernhardi@1000seen.de
☎ 039931 53814

Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V. · Turnplatz 2 · 17207 Röbel/Müritz
Tel: +49 (0) 39931 5380 · Fax: +49 (0) 39931 53829 · E-Mail: info@1000seen.de
www.mecklenburgische-seenplatte.de